

### Car2Go: Sichtbarmachung einer neuen urbanen Mobilitätsform in Hamburg

Pirperi, Irini; Schmidt, Janina

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pirperi, I., & Schmidt, J. (2015). Car2Go: Sichtbarmachung einer neuen urbanen Mobilitätsform in Hamburg. *Hamburger Journal für Kulturanthropologie*, 2, 37-49. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:18-8-8396>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

# CAR2GO. SICHTBARMACHUNG EINER NEUEN URBANEN MOBILITÄTSFORM IN HAMBURG

Irini Pirperi, Janina Schmidt



Abb. 1: Fotocollage der Arbeitsgruppe zur Analyse ihres Themas. Collage und Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.

»Hamburgs Große Freiheit«: In hellem Blau auf weißem Grund prangt dieses Versprechen – inklusive semantischem Lokalkolorit – auf den Seitentüren der Hamburger Smarts des Carsharing-Unternehmens Car2Go. Seit 2011 breiten sich die kleinen weiß-blauen Gefährte zunehmend in Hamburg aus und prägen das Stadtbild mit. Die Botschaft: Car2Go verspricht vernetzten Menschen im urbanen Raum, die mobil sein wollen und müssen, die Freiheit einer individuell nutzbaren und überall schnell zugänglichen Fortbewegungsmöglichkeit ohne die mit einem Autobesitz und -nutzung sonst einhergehenden Verpflichtungen und Kosten.

Im Rahmen des Seminars »Imagineering Hamburg« hat sich unsere Projektgruppe in einer Fotoethnografie der Sichtbarmachung dieser neuen Form der Mobilität in Hamburg gewidmet. Unser Augenmerk lag dabei sowohl auf dem Sichtbaren wie auch auf dem Unsichtbaren: Zum einen wollten wir den aktuell stattfindenden Prozess der zunehmenden Ausbreitung der Sharing-Cars im Hamburger Stadtraum sowie die damit einhergehende, sich verändernde Sichtbarkeit von Mobilitätspraktiken darstellen. Zum anderen sollten auch die Grenzen und Lücken der Mobilitätsmöglichkeiten aufgezeigt werden, die von den mobilen Hamburger\_innen (noch) nicht angesteuert werden können, da sie außerhalb des Geschäftsgebiets liegen. Es ging uns zudem darum, die Peripherien aufzuzeigen, die sich durch die Grenzen des Car2Go-Geschäftsgebietes ergeben, da es sich nicht bis zu den Stadtgrenzen Hamburgs erstreckt. Hier entstehen Grenzen der Zugänglichkeit für die urbanen Akteur\_innen, die in diesen Peripherien verkehren, arbeiten und leben. Auf diese Weise beteiligt sich das Car2Go-Unternehmen indirekt an der (Re-)Produktion von Bildern der Zentralität und der Marginalität in Hamburg; Bilder, die einzelne Stadtviertel nicht allein als physisch nicht inkludierten Ort betreffen, sondern die auf die Selbst- und Fremdwahrnehmung der betroffenen Akteur\_innen einwirken können.

#### *Das Unternehmen Car2Go und die Nutzungspraxis der Autos*

Gegründet wurde Car2Go vom Automobilhersteller Daimler AG gemeinsam mit dem Autovermieter Europcar im Jahr 2008 in Ulm. Es ist seit 2011 auch in Hamburg vertreten. Mittlerweile sind die Automobile des Unternehmens in insgesamt 12 europäischen Städten sowie in Kanada und den USA anzutreffen. Car2Go-Nutzer\_innen können ihre Kundenregistrierung inzwischen an jedem Car2Go-Standort verwenden. In Hamburg erstreckt sich das Geschäftsgebiet inzwischen nördlich der Elbe von Groß Flottbek im Westen, Niendorf und Poppenbüttel im Norden bis nach Billstedt im Osten. Oberhalb der Elbe kommen Bergedorf und das Flughafengebiet in Fuhlsbüttel als Inseln der Nutzung hinzu; südlich der Elbe gilt dies für Wilhelmsburg und Harburg.

Wer sich zu einer Car2Go-Nutzung entschließt, bekommt eine sogenannte Membercard zugesandt, die technisch den Zutritt zu den Cars verschafft. Deren genaue Standorte sind entweder auf einer Karte auf der Webseite des Unternehmens oder über eine App ersichtlich. Reservierungen können bis zu dreißig Minuten vor Fahrtbeginn vorgenommen werden. Die Kosten für die Nutzung belaufen sich auf 29 Cent pro Minute bzw. 14,90 Euro pro Stunde; wird das Auto außerhalb des GPS-getrackten Geschäftsgebiets geparkt, kommen weitere 19 Cent pro Minute hinzu. Monatliche Gebühren fallen keine an, lediglich eine einmalige Anmeldegebühr in Höhe von 19 Euro muss gezahlt werden. Seit 2014 gibt es zudem das sogenannte Car2Go Black. Bei dieser Nutzungsvariante gibt es im Unterschied zu Car2Go kein vernetztes Geschäftsgebiet, sondern feste Stellplätze an drei Standorten. Das Projekt ist lediglich für Smartphone-Nutzer\_innen zugänglich und, da es sich noch in der Pilot-Phase befindet, derzeit kostengünstiger als Car2Go. Car2Go Black lässt sich auch für One-Way-Überlandstrecken von Stadt zu Stadt zwischen den bislang aufgebauten Geschäftsstandorten in Hamburg, Berlin und Stuttgart, inzwischen auch Köln und Frank-

furt am Main, nutzen.<sup>1</sup> Ein Konkurrenzunternehmen für Car2Go stellt der Carsharing-Anbieter Drive Now – eine Kooperation von BMW und Sixt – dar, der sich ebenfalls in Hamburg etabliert hat, obgleich die Car2Go-Smarts im Hamburger Stadtbild weiterhin dominieren. Neben diesen beiden großräumig agierenden Unternehmen gibt es in der Metropolregion Hamburg zudem weitere private Carsharing-Angebote.<sup>2</sup>

### *Ausbreitung und Sichtbarkeit eines neuen urbanen Mobilitätskonzepts*

Wie eingangs erwähnt, war es uns wichtig, die Ausbreitung der Car2Go-Cars und die damit verbundenen Mobilitätspraktiken im Individualverkehr im Hamburger Stadtraum festzuhalten. Zu diesem Zweck haben wir als Projektgruppe über einen Zeitraum von drei Monaten überall in Hamburg nach Car2Gos Ausschau gehalten und diese in verschiedenen urbanen Alltagssituationen fotografisch festgehalten. Die auf diese Weise abgelichteten Autos ergaben am Ende einen hinreichend dichten Teppich der Dokumentation, der fast das gesamte Geschäftsgebiet abdeckte. Nicht vertretene Gebiete wurden zum Ende unserer fotografischen Erhebungs- und Auswertungsphase noch einmal bewusst aufgesucht. Auf diese Weise ergab sich ein Gesamtbild, das die Präsenz der Cars in Hamburg zeigt. Eine größere Herausforderung stellte die ethnografische Darstellung der Lücken bzw. weißen Flecken dar. Es sollte ja gezeigt werden, wo die Grenzen dieses urbanen Mobilitätskonzepts verlaufen bzw. wo sich dieses noch nicht ausbreiten kann, da Car2Go nicht zugänglich ist. Aus diesem Grund haben wir uns für die Darstellung in Form einer Karte entschieden, auf der sowohl das Gebiet Hamburgs als auch das Geschäftsgebiet von Car2Go eingezeichnet sind (s. Abb. 1). Besonders deutlich wird durch diese Darstellung das Ungleichgewicht zwischen den Stadtgebieten oberhalb der Elbe, die schon recht weitgehend ins Geschäftsgebiet integriert sind, und unterhalb der Elbe, wo sich lediglich voneinander abgeschnittene Inseln der Car2Go-Nutzung finden lassen. Eine Beobachtung, die sich im Verlauf der Recherchen ergab, war, dass die Positionierung der Cars in den verschiedenen Gebieten sehr unterschiedlich gehandhabt wird: In den zentralen Stadtteilen sind die Cars an exponierten Orten und vermehrt in Zonen mit hoher Geschäftsdichte oder an U- und S-Bahnhöfen zu finden, während sie in den Randgebieten eher in Wohngebieten präsent sind. Diese spezifische Sichtbarkeit der Cars variiert in den unterschiedlichen Stadtteilen Hamburgs. In unserer Bildnarration mit der jeweiligen Benennung der Stadtteile bzw. wahrgenommenen Stadtteile soll diese jeweilige Spezifik in Nutzung und Funktion deutlich werden. Mal finden sich die Cars verstreut, aber direkt in Wohngebieten und gewissermaßen vor der Haustür, was auf Nutzungskontexte schließen lässt; besonders zahlreich und konzentriert vertreten sind sie an Verkehrsknotenpunkten wie größeren Bahnhöfen. Die Cars können

---

1 Vgl. Parkspots. Wo gibt's Car2Go Black? URL: [www.car2goblack.com/de/DE/](http://www.car2goblack.com/de/DE/) (Stand: 30.11.2014 und 19.1.2015.)

2 Deutscher Dialogmarketing Verband e. V. (Hg.): Dialogmarketing Perspektiven 2012/2013. Tagungsband 7. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing. Heidelberg 2013, S. 45–47. Vgl. weiterhin: Meine Stadt, meine Freiheit. Car2Go in Hamburg. URL: [www.car2go.com/de/hamburg/](http://www.car2go.com/de/hamburg/) (Stand: 22.7.2014); Zoroofchi, Maryam: Carsharing in Hamburg. URL: [www.hamburg.de/carsharing/](http://www.hamburg.de/carsharing/) (Stand: 22.07.2014).

so in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln genutzt werden oder bringen die Nutzer\_innen direkt zum Ziel.

Unser Thema bot uns vielfältige Möglichkeiten der Betrachtung. Wir haben uns dafür entschieden, unser Hauptaugenmerk auf die Mobilitätspraktiken und deren Sichtbarkeit im urbanen Raum Hamburgs zu richten und der Frage nachzugehen, wie dadurch die Bilder einer Stadt geprägt werden. Ein wichtiger raum-theoretischer Bezugspunkt in diesem Kontext ist für uns Martina Löws Konzept der Eigenlogik von Städten.<sup>3</sup> Sie bemerkt dazu:

»Die Produktion und Rezeption von Städtebildern – wie auch das City-Branding – tragen wesentlich dazu bei, Identifikation und imaginierte Einheit der Stadt zu organisieren und touristisch zu vermarkten. [...] [E]s ist eine Inszenierung, die erstens nicht notwendig die Handlungen aller gesellschaftlichen Gruppen durchzieht, sondern zunächst als Repräsentation angelegt ist.« (Hervorhebung im Original, I. P./J. S.)<sup>4</sup>

Auch das Car2Go-Unternehmen beteiligt sich mit seiner Bildsprache an der Inszenierung der von Löw genannten »Identifikation und imaginierten Einheit der Stadt« Hamburg. Betrachtet man die zu Beginn beschriebene Werbung von Car2Go, so lässt sich feststellen, dass das Unternehmen in Hamburg an die ›Hamburg-typischen‹ Bilder anknüpft: Das Spiel mit dem Wort ›Freiheit‹ und der Bezug zum tatsächlichen gleichnamigen Ort in Hafennähe, der nicht nur Hamburger\_innen, sondern auch vielen Hamburg-Besucher\_innen ein Begriff ist, reproduziert das ›typische‹ Bild von der Freien und Hansestadt Hamburg – dem ›Tor zur Welt‹. Somit wird Car2Go einerseits Teil des von Martina Löw geschilderten »City-Brandings« der Stadt Hamburg und nutzt als Akteur andererseits dieses, um das eigene Unternehmens-Branding zu schmücken. Eine für Kulturanthropolog\_innen relevante Frage ist nun, ob Car2Go bereits als Attribut genutzt wird, um Hamburg als Stadt freier Mobilität zu inszenieren.

Rolf Lindner stellt ebenfalls die Frage nach dem Spezifischen einer Stadt. In seinen Überlegungen zur »Gestalt« von Städten stellt er fest, dass in den Bildern einer Stadt meist ein elementares Thema wahrnehmbar sei, welches von dem bzw. den historisch dominierenden Wirtschaftssektoren der jeweiligen Stadt produziert werde.<sup>5</sup> Im Falle Hamburgs sind diese der Hafen und der Handel. Tatsächlich ist der Hafen in ›Hamburg-Kontexten‹ immer wieder Bezugspunkt. Und auch Car2Go nutzt dieses Thema ja für seine Hamburg-spezifische Werbestrategie. Doch hier wird nicht nur ein Bezug zur Stadt Hamburg hergestellt. Das Thema Hafen und das, was mit diesem verbunden wird, lässt sich auch ideal für das Produkt Carsharing nutzen: über Bezüge zu Mobilität und Unabhängigkeit und die darüber implizierte ›Freiheit‹. Möchte man davon ausgehen, dass diese Begriffe Teil einer ›Hamburg-Spezifik‹ sind, so stößt das oben er-

---

3 Martina Löw: Soziologie der Städte. Frankfurt a. M. 2010.

4 Ebd., S. 164.

5 Vgl. Rolf Lindner: The Gestalt of the Urban Imaginary. In: Godela Weiss-Sussex/Franco Blanchini (Hg.): Urban Mindscapes of Europe. (= European Studies. A Journal of European Culture, History and Politics, 23). Amsterdam/New York 2006, S. 35–42, hier S. 40.

läuterte Konzept von Car2Go hier gewissermaßen auf idealen ›Nährboden‹. An dieser Stelle wäre ein Vergleich zu anderen Städten interessant, insbesondere bezüglich der Frage, wo das Konzept erfolgreich ist und ob es Unterschiede in der regionalen Charakteristik des Produkts und auf dessen Resonanz gibt. Ein weiterer Blick müsste sich auf die unterschiedlichen stadtspezifischen Werbestrategien von Car2Go richten.

Wie erwähnt besitzt das Car2Go-Angebot in Hamburg jedoch auch geografische Lücken, das Geschäftsgebiet ist begrenzt. Manuel Castells entwirft in seinem Konzept vom »Raum der Ströme«<sup>6</sup> ein pessimistisches Bild von ›auf der Strecke bleibenden‹ Hinterland-Gebieten, die als die ›Lücken im Netz‹ einer global werdenden und von Zentren aus agierenden Welt an Bedeutung und Zuwendung verlieren.<sup>7</sup> Dieses Konzept lässt sich auf mehreren Ebenen auf das Car2Go-Unternehmen übertragen und bietet den Hintergrund für eine Betrachtung der in Hamburg feststellbaren Lücken im Angebot. Car2Go agiert global und ist für seine Nutzer\_innen auch global zugänglich. Global heißt hier aber in erster Linie in europäischen, kanadischen und US-amerikanischen Großstädten. Und überall zugänglich meint, für jeden zugänglich, der die entsprechenden Medien souverän nutzen kann. Doch sogar im Hamburger Stadtgebiet, wo Car2Go vor Ort ist, ist es nicht für alle und überall zugänglich; das Geschäftsgebiet erstreckt sich nicht über das gesamte Stadtgebiet oder gar das Umland. Randgebiete insbesondere unterhalb der Elbe liegen außerhalb des Netzwerkes.

Car2Go Black ist zwar auch überregional nutzbar, allerdings nur zwischen den Geschäftsgebieten Hamburg, Berlin und Stuttgart usw. und ausschließlich für Smartphone-Nutzer\_innen. Das Versprechen von Vernetztheit, einfacher Zugänglichkeit und unkomplizierter Mobilität ist also widersprüchlich, da es auch stark exkludierende Wirkungsweisen besitzt: Schon die Zugangsvoraussetzungen für das System des Carsharing-Anbieters sind an eine bestimmte finanzielle und technische Ausstattung der Nutzer\_innen gekoppelt. Die räumliche Ausbreitung des Nutzungsgebietes schließt Personengruppen als Nutzer\_innen aus und schränkt die vorhandenen Nutzer\_innen in ihren Bewegungsmöglichkeiten ein. Diese Exklusionsmechanismen beschränken sich nicht allein auf die potenziellen Nutzer\_innen, sondern wirken auch auf das Stadtbild ein. Letztendlich wird das Hamburg-Bild, das sich auf eine Stadt nördlich der Elbe beschränkt, nicht nur in der Werbung des Unternehmens, sondern auch in den angebotenen Mobilitätspraktiken tautologisch verstärkt.

Car2Go in Hamburg bietet nicht nur aufgrund der Sichtbarwerdung einer neuen Art der Fortbewegungspraxis interessante Betrachtungsmöglichkeiten. Car2Go ist Teil gerade stattfindender gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Prozesse, die unter den Nenner der Globalisierung gefasst werden können. Insofern ist Car2Go auch ein Beispiel für die Sichtbarwerdung von Globalisierungsprozessen in Hamburg. Nach Saskia Sassen konstituieren sich diese Transformationsprozesse, die unter den Globalisierungsbegriff fallen, zunächst

---

6 Manuel Castells: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen 2001, S. 431–484.

7 Vgl. ebd., S. 31 ff. Vgl. dazu auch Martina Löw/Silke Steets/Sergej Støtzer: Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. 2. aktualis. Aufl., Opladen/Farmington Hills 2007, S. 72.



im Kleinen, in sog. »micro-processes« wie beispielsweise der Etablierung von Car2Go im lokalen Gebiet Hamburg.<sup>8</sup>

Die folgende Fotostrecke soll Einblicke geben in einige Momentaufnahmen von Car2Go und damit einhergehenden alltäglichen urbanen Mobilitätspraktiken in Hamburg. In Bezug auf die Analyse Castells zum Raum der Ströme ergibt sich für Hamburg ein Bild, in dem die Stadt oberhalb der Elbe zu den globalen Zentren gehört, während die Gebiete unterhalb der Elbe weitgehend bedeutungslos erscheinen.



*Abb. 2: Holstenstraße, Altona Nord: Im Umfeld gibt es viele enge Gassen und Straßen und wenig Parkmöglichkeiten. Car2Go ist hier gut vertreten. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*

---

<sup>8</sup> Vgl. Saskia Sassen: *Territory, Authority, Rights. From Medieval to Global Assemblages*. Princeton, N.J. 2006, S. 1.



*Abb. 3: Innenstadt, Neustadt: Selten  
Anblick von Car2Go, denn hier  
sind Bus und Bahn stärker vertreten.  
Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



*Abb. 4: Hauptbahnhof, Neustadt:  
Verknüpfung von Bahn und Car2Go  
ist hier dank der großen Anzahl von  
Mietwagen für Tourist\_innen wie An-  
wohner\_innen sichergestellt.  
Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*





*Abb. 5: Ruwoldtweg, Steilshoop: Industrie, Wohnen und Freizeit wird hier durch das kleine Car2Go einfach kombiniert.*

*Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



*Abb. 6: Haldesdorfer Straße, Bramfeld: Auch im Randgebiet des Geschäftsgebietes von Car2Go ist der kleine Smart häufig zu finden.*

*Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



*Abb. 7: Johann-Meyer-Straße, Bergedorf: Ein Parkplatz extra für die Car2Gos ist ein Sammelpunkt für alle Nutzer\_innen im östlichen Gebiet Hamburgs. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



*Abb. 8: Donnerstraße, Altona/Ottensen: In beengten Verhältnissen kommt die von Car2Go beworbene Möglichkeit zur Parkplatznutzung zum Tragen.*

*Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



Abb. 9: Heußweg, Eimsbüttel/Eppendorf: Den Ruf als ideales Stadtauto verdankt der Smart seiner kompakten und parkfreundlichen Form. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.



Abb. 10: Neuenfelder Straße, Harburg/Wilhelmsburg: Eingereiht in die Parkschlange der Eigentumswagen, fügt sich der Smart hier in das Alltagsbild des Wohngebietes ein. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.





Abb. 11: Rauchstraße, Wandsbek/Marienthal: Wer hier ein Car2Go sucht, wird eher im Wohngebiet als an zentralen Orten fündig. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.



Abb. 12: Flughafenstraße, Fuhlsbüttel: Wie auf dem ›Serviertablett‹ stehen hier die Car2gos für Weiterreisende auf eigenen Parkflächen bereit. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.



*Abb. 13: Jungfernstieg, Neustadt: Die mobile Selbstständigkeit an der Alster unterstreicht hier eine Selbstverständlichkeit.  
Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



*Abb. 14: Dammthor, Rotherbaum: An zentralen Knotenpunkten ist ein Car2Go immer zu finden. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



*Abb. 15: Große Elbstraße, St. Pauli: Schwarmverhalten lässt sich hier nicht nur bei Tourist\_innen, sondern auch bei den auffällig präsenten Car2Gos beobachten. Foto: Irini Pirperi, Janina Schmidt.*



Irini Pirperi  
c/o Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie  
Universität Hamburg  
Edmund-Siemers-Allee 1 (West)  
20146 Hamburg  
irinip@hotmail.de



Janina Schmidt  
c/o Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie  
Universität Hamburg  
Edmund-Siemers-Allee 1 (West)  
20146 Hamburg  
janina.schmidt92@gmx.de